n° 60 / juin 2010

statistiques en bref

Observatoire de la culture et des communications du Québec

PRODUCTION MULTIMÉDIA AU QUÉBEC : PORTRAIT DES ÉTABLISSEMENTS EN 2007-2008

CLAUDE FORTIER,
CHARGÉ DE PROJET, OCCQ

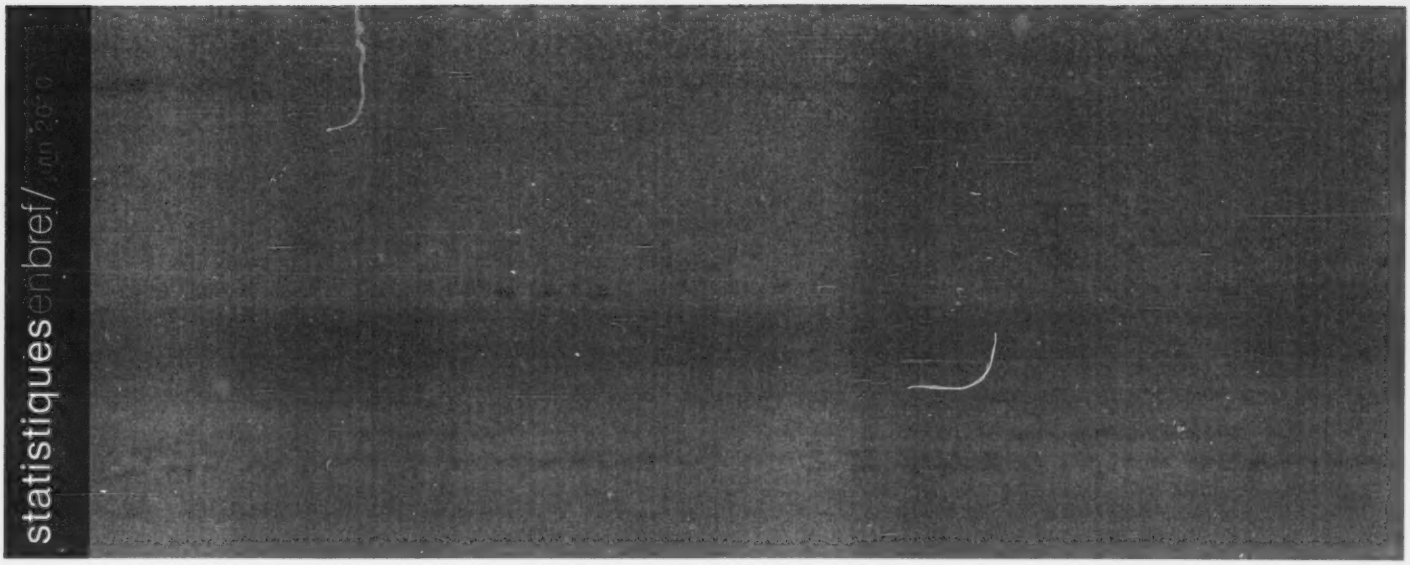
Ce bulletin analyse les résultats de la 2e édition de l'*Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia* réalisée par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) avec la participation financière du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, du ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire et des partenaires financiers de l'OCCQ. Les résultats de la première édition de cette enquête sur les établissements spécialisés en production multimédia ont été publiés en février 2006[1] et portaient sur la période 2003-2004.[2]

Faits saillants

- Les revenus des établissements sont de 1 076 M$, dont 934 M$ liés à la production multimédia.
- Ces établissements emploient 13 200 travailleurs qui sont en forte majorité des hommes (77 %) et des personnes entre 18 et 34 ans (68 %).
- Les deux tiers (67 %) des établissements sont situés dans la RMR de Montréal.
- Les établissements ont, en majorité (59 %), six ans et plus d'ancienneté.
- La minorité (17 %) d'établissements ayant des revenus de 1 000 000 $ et plus génèrent 91 % de l'ensemble des revenus.
- Une forte majorité d'établissements (88 %) ont des revenus multimédias provenant de la création de sites Web ou de la production de contenus pour ceux-ci.
- La part du PIB québécois que génère l'industrie du multimédia est quasi équivalente à celle de l'industrie du film et de la vidéo ou à celle de la radiodiffusion et de la télédiffusion.
- Les revenus en production multimédia des établissements ayant répondu à la fois à l'enquête de 2004 et à celle-ci ont connu une croissance de 195 %.

1. ROUTHIER, Christine (2006). « Profil des établissements spécialisés en production multimédia en 2003-2004 au Québec », *Statistiques en bref*, n° 16, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, février, 19 p. [en ligne :] www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.
2. Les dates de début et de fin de cet exercice financier varient selon les établissements. Pour chaque établissement, il s'agissait d'un exercice financier complet (12 mois) s'étant terminé entre le 1er novembre 2003 et le 31 octobre 2004.

Québec



L'objectif de cette nouvelle enquête est de dresser le profil d'un groupe bien précis d'établissements se spécialisant dans la production multimédia et dans les services de soutien à la production multimédia.

Les résultats de l'enquête portent sur l'ancienneté de ces établissements, leur répartition géographique, leurs revenus et dépenses, leurs produits, leurs marchés, leur clientèle, le nombre d'employés et, enfin, la valeur ajoutée qu'ils représentent au sein de l'économie québécoise. Les données portent sur l'exercice financier 2007-2008[3]. Tous les résultats sont le fruit de calculs d'estimation et, à ce titre, ils doivent être compris comme des approximations de la réalité et non comme leur reflet exact.

Notes méthodologiques

La source des données

La méthode utilisée pour l'enquête est le recensement auprès de tous les établissements de la population visée (plutôt que l'échantillonnage d'une partie de la population). Un questionnaire a été posté aux établissements et les données ont ensuite été recueillies par téléphone, à l'aide du logiciel CATI, au cours de l'été 2009. Toutefois, comme certains des établissements sollicités n'ont pas transmis les renseignements demandés, l'OCCQ a dû effectuer des travaux statistiques pour estimer les résultats s'appliquant à l'ensemble de la population visée. Les résultats estimés sont basés sur les données recueillies directement auprès des établissements ainsi que sur des données administratives fournies par Revenu Québec, utilisées pour le traitement de la non-réponse.

Les estimations statistiques

Puisqu'ils sont le fruit de calculs d'estimation, tous les chiffres présentés dans ce bulletin doivent être compris comme des approximations de la réalité qu'ils décrivent et non comme leur reflet exact. Ces estimations sont fiables puisque la marge d'erreur calculée par les statisticiens de l'Institut de la statistique du Québec est généralement minime. Dans le cas de certaines variables ou certains croisements de variables, les estimations peuvent être moins fiables en raison de la moins bonne qualité de l'information à la source des calculs d'estimation. Dans le présent document, si un résultat est marqué d'un astérisque, le coefficient de variation se situe entre 15 % et 25 % et l'estimation doit être interprétée avec prudence. Si le résultat est marqué avec deux astérisques, le coefficient de variation est supérieur à 25 %, ce qui indique une estimation imprécise fournie à titre indicatif seulement.

3. Les dates de début et de fin de cet exercice financier varient selon les établissements. Pour chaque établissement, il s'agissait d'un exercice financier complet (12 mois) s'étant terminé entre le 1er janvier 2008 et le 31 décembre 2008.

Les établissements visés

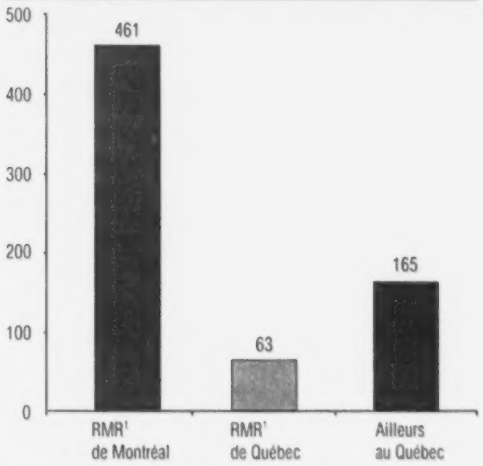
La population visée de l'enquête ne comprend pas l'ensemble des établissements impliqués dans l'industrie du multimédia, mais seulement ceux que, pour les besoins du projet, nous avons appelé les « établissements spécialisés en production multimédia ». Ces établissements sont ceux qui, en 2007-2008, avaient comme activité principale[4] la création/idéation, le développement, la production ou l'édition de produits de type multimédia[5] ou encore l'offre de services de soutien à la production de produits multimédias, tels que scénarisation/idéation, programmation, infographie, animation, numérisation, traitement du son/de l'image, intégration. L'enquête exclut, entre autres, les établissements dont l'activité principale est :

- la distribution, la diffusion ou la vente au détail de produits multimédias ;
- la simple diffusion de contenu sur le Web ;
- la fourniture de services informatiques ;
- la conception ou la production de logiciels d'application, de systèmes transactionnels (paiement en ligne, par exemple) ou de systèmes de communication (visioconférence, clavardage, etc.) ;
- les services de gestion de serveurs, d'accès à Internet ou d'hébergement de sites ;
- l'exploitation d'infrastructures ou de réseaux de communication numérique.

Portrait des établissements

Selon les résultats de l'enquête menée par l'OCCQ, on peut estimer à 689 le nombre d'établissements spécialisés en production multimédia en 2008[6]. Parmi ces établissements, 461 (67 %) sont situés dans la région métropolitaine de recensement (RMR) de Montréal et 63 (9,1 %) dans la RMR de Québec (tableau 1).

Figure 1
Nombre d'établissements spécialisés en production multimédia selon la région, Québec, 2007-2008



1 Région métropolitaine de recensement

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008.*

Signes conventionnels

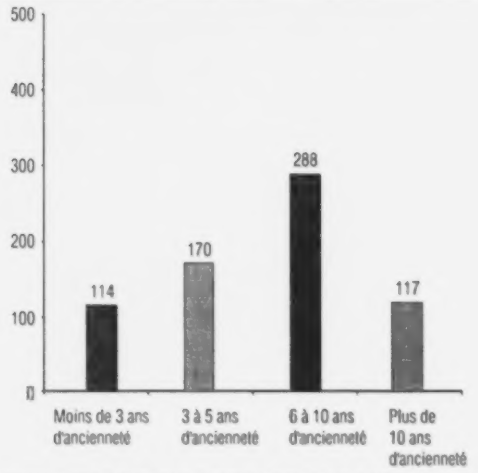
%	Pour cent ou pourcentage
n	Nombre
...	N'ayant pas lieu de figurer
..	Donnée non disponible
–	Néant ou zéro
—	Donnée infime
X	Donnée confidentielle

4. Il s'agit de l'activité principale de l'établissement ou d'une unité qui, à l'intérieur de l'établissement, compte au moins cinq employés. L'activité dite « principale » est celle qui est la plus importante en matière de pourcentage des revenus totaux qu'elle génère (même si elle n'est pas à la source de la *majorité* des revenus).
5. Aux fins de ce projet, on entend, par produit multimédia, un document numérique interactif qui réunit sur un même support plus d'un média (texte, son, images fixes ou animées). Ce produit peut être destiné à des ordinateurs, à des consoles, à des bornes interactives, à la télévision interactive, aux téléphones cellulaires, aux assistants numériques de poche ou à d'autres modes de diffusion.
6. Étant donné que les dates de fin de l'exercice financier pour les établissements se situent en 2008, « 2008 » sera utilisée pour faire référence à l'exercice financier 2007-2008 afin d'alléger le texte.

Ancienneté

La majorité des établissements ont six ans et plus d'ancienneté (59 %), et 17 % existent depuis plus de 10 ans (figure 2). L'ancienneté moyenne des établissements actifs dans le domaine est de sept ans. C'est dans la RMR de Montréal, avec 84 établissements, que se trouve la plus forte proportion d'établissements ayant plus de 10 ans d'ancienneté (18 %), et c'est à l'extérieur des RMR de Québec et de Montréal qu'il y a la plus forte proportion d'établissements avec moins de trois ans d'ancienneté (18 %). Malgré la naissance continue de nouvelles entreprises dans le domaine du multimédia (17 % ont moins de trois ans au Québec), il semble qu'il existe maintenant une industrie bien établie d'établissements, en particulier dans la RMR de Montréal (tableau 1).

Figure 2
Nombre d'établissements spécialisés en production multimédia selon l'ancienneté dans le domaine du multimédia, Québec, 2007-2008

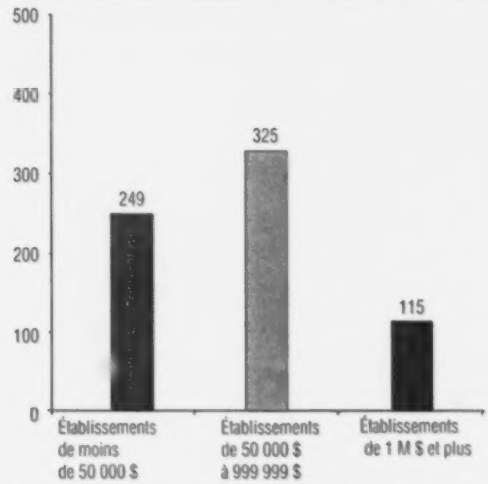


Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008.*

Des établissements de taille diverse

La population à l'étude est constituée au tiers (36 %) de petits établissements, c'est-à-dire avec un revenu total annuel inférieur à 50 000 $. Les établissements de taille moyenne (revenu de 50 000 $ à 999 999 $) comptent pour un peu moins de la moitié (47 %), et ceux de grande taille (revenu de 1 000 000 $ et plus) pour 17 %. Au niveau régional, 14 des établissements dans la RMR de Québec sont de grande taille, alors qu'il y en a 92 dans la RMR de Montréal et 9 dans le reste du Québec. À l'extérieur des RMR de Montréal et Québec, c'est 75 établissements qui sont de petite taille, soit 46 % (tableau 1).

Figure 3
Nombre d'établissements spécialisés en production multimédia selon la taille du revenu, Québec, 2007-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008.*

La production multimédia au centre des revenus

Les établissements étudiés, bien qu'ils soient spécialisés en production multimédia, peuvent aussi avoir d'autres activités, que ce soit la téléphonie, l'installation de systèmes réseaux, la gestion d'un portail d'information sur le Web ou l'offre de services audiovisuels. Il leur a donc été demandé de préciser quelle part de leurs revenus totaux provient de produits ou de services liés à la production multimédia. La proportion des établissements, dont la production multimédia représente 60 % et plus des revenus, s'établit à 91 %. Le multimédia est ainsi une activité centrale pour la très grande majorité de ces établissements (tableau 1).

Tableau 1

Profil des établissements spécialisés en production multimédia selon la région, Québec, 2007-2008[1]

	RMR[2] de Montréal		RMR[2] de Québec		Ailleurs au Québec		**Ensemble des établissements**	
	n	%	n	%	n	%	**n**	**%**
Établissements	461	100	63	100	165	100	**689**	**100**
Ancienneté dans le domaine du multimédia								
Établissements ayant moins de 3 ans d'ancienneté	73	16	11 *	17 *	30	18	**114**	**17**
Établissements ayant de 3 à 5 ans d'ancienneté	118	26	18	28	35	21	**170**	**25**
Établissements ayant de 6 à 10 ans d'ancienneté	186	40	27	43	75	45	**288**	**42**
Établissements ayant plus de 10 ans d'ancienneté	84	18	7 *	12 *	25	15	**117**	**17**
Nombre moyen d'années d'ancienneté dans le multimédia	7	..	6	..	7	..	**7**	**..**
Taille du revenu								
Établissements ayant un revenu total inférieur à 50 000 $	156	34	18	29	75	46	**249**	**36**
Établissements ayant un revenu total de 50 000 $ à 999 999 $	214	46	31	49	81	49	**325**	**47**
Établissements ayant un revenu total de 1 000 000 $ et plus	92	20	14	22	9	6	**115**	**17**
Importance de la production multimédia au sein des revenus								
Établissements dont la production multimédia représente 60 % et plus des revenus	421	91	x	x	x	x	**624**	**91**
Établissements dont la production multimédia représente moins de 60 % des revenus	40	9	x	x	x	x	**66**	**10**

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent.
2. Région métropolitaine de recensement.

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : interpréter avec prudence.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

Des propriétaires majoritairement québécois

Les données de l'enquête sur les établissements spécialisés en production multimédia indiquent que plus de la moitié des répondants (57 %) sont des entreprises à établissement unique et que le quart (28 %) sont des travailleurs autonomes. Sur les 689 établissements estimés au Québec, le propriétaire majoritaire est québécois dans une très forte majorité (90 %). Finalement, à quelques exceptions près, les établissements spécialisés en production multimédia sont à but lucratif (99 %) (tableau 2).

Tableau 2

Caractéristiques des établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2007-2008

	%
Statut de l'établissement	
Entreprise à établissement unique	57
Travailleur autonome	28
Siège social d'une entreprise ayant plusieurs établissements	6
Division à l'intérieur d'une entreprise ayant plusieurs établissements	3
Filiale d'une entreprise	3
Autre	3*
Total	**100**
Endroit où est établi le propriétaire majoritaire	
Au Québec	90
Ailleurs	10
Total	**100**
Type d'établissement	
Établissement à but lucratif	99
Établissement à but non lucratif	1**
Total	**100**

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : interpréter avec prudence.

** Estimation statistique d'une faible précision : fournie à titre indicatif seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimedia, 2007-2008.*

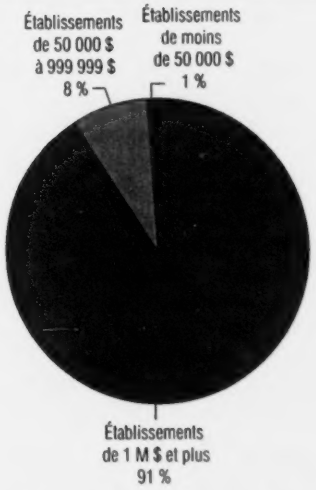
Des revenus de plus d'un milliard

Les revenus totaux de l'ensemble des établissements spécialisés en production multimédia sont estimés à 1 075,8 M$ pour l'exercice 2008. Les revenus d'exploitation sont la principale source de revenus (autour de 83 %). Le revenu moyen par établissement est de 1,6 million de dollars et le revenu médian de 108 000 $. Cet écart entre la moyenne et la médiane donne une indication de la présence d'une minorité d'établissements qui génèrent d'importants revenus. En fait, la médiane indique que la moitié des établissements ont des revenus inférieurs à 100 000 $. En 2008, 87 % des revenus des établissements provenaient de produits ou services liés à la production multimédia, c'est-à-dire 934,3 millions de dollars (tableau 3).

Concentration des revenus dans les grands établissements

Les 249 établissements de petite taille ont généré 1 % de l'ensemble des revenus, les 325 établissements de taille moyenne 8 % et les 115 établissements de grande taille 91 % (figure 4). Si les revenus des petites entreprises proviennent quasi exclusivement des revenus d'exploitation (98 %), cette proportion diminue un peu chez les entreprises de taille moyenne (92 %), ces dernières obtenant davantage de revenus des subventions, des crédits d'impôt et des octrois gouvernementaux. Le revenu moyen des petits établissements se situe en 2008 à 22 000 $ et atteint un sommet de 8,5 millions de dollars pour les grands établissements (tableau 3).

Figure 4
Répartition du revenu de l'ensemble des établissements spécialisés en production multimédia selon la taille du revenu des établissements, Québec, 2007-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

Tableau 3

Revenus des établissements spécialisés en production multimédia selon la taille du revenu des établissements, Québec, 2007-2008[1]

	Établissements de moins de 50 000 $		Établissements de 50 000 $ à 999 999 $		Établissements de 1 M $ et plus		**Ensemble des établissements**	
	$	%	$	%	$	%	$	%
Revenus totaux	**5 485 614**	**100**	**88 027 504**	**100**	**982 295 653**	**100**	**1 075 808 771**	**100**
Revenus d'exploitation provenant des produits ou services	5 362 465	98	81 118 223	92	..	82**	..	**83****
Subventions, crédits d'impôt et octrois des gouvernements	69 037	1*	5 378 650	6	..	13**	..	**12****
Autres revenus	54 112**	1**	1 530 631*	2	..	6**	..	**5****
Portion des revenus totaux provenant de produits ou services liés à la production multimédia	4 971 682	91	74 357 377	84	854 964 372	87	**934 293 431**	**87**
Revenus moyens par établissement								
Revenus totaux	22 031	...	270 854	...	8 465 367	...	**1 558 495**	...
Portion des revenus totaux provenant de produits ou services liés à la production multimédia	19 950	...	228 766	...	7 368 033	...	**1 353 485**	...
Revenus médians par établissement								
Revenus totaux	20 206	...	193 647	...	2 556 025	...	**107 739**	...
Portion des revenus totaux provenant de produits ou services liés à la production multimédia	17 231	...	147 942	...	2 283 361	...	**88 359**	...

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent.
   De la même manière, si on recalculait une moyenne à partir des deux chiffres estimés qui la composent, le résultat pourrait différer légèrement de la moyenne figurant dans le tableau.

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : interpréter avec prudence.

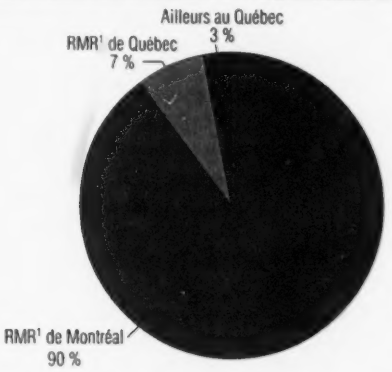
** Estimation statistique d'une faible précision : fournie à titre indicatif seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

Des revenus concentrés dans la RMR de Montréal

Les 461 établissements de la RMR de Montréal ont généré 90 % de l'ensemble des revenus, les 63 établissements de la RMR de Québec 7 % et les 165 établissements situés ailleurs au Québec 3 % (figure 5). Le revenu moyen par établissement atteint 2,1 M$ dans la RMR de Montréal, 1,1 M$ dans la RMR de Québec et 0,2 M$ ailleurs au Québec. Une caractéristique commune aux trois régions est la présence d'un nombre significatif de petits établissements dans chacune de ces régions, le revenu médian oscillant entre 118 000 $ pour la RMR de Montréal et 60 000 $ pour les régions à l'extérieur des deux RMR. Si dans les RMR de Montréal (34 %) et Québec (29 %), le tiers des établissements ont des revenus inférieurs à 50 000 $, dans le reste du Québec, c'est la moitié des établissements (46 %) qui sont dans cette situation (tableau 4).

Figure 5
Répartition du revenu de l'ensemble des établissements spécialisés en production multimédia selon la région, Québec, 2007-2008



1. Région métropolitaine de recensement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008.*

Tableau 4

Revenus des établissements spécialisés en production multimédia selon la région, Québec, 2007-2008[1]

	RMR[2] de Montréal		RMR[2] de Québec		Ailleurs au Québec		Ensemble des établissements	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Revenus totaux	**966 278 907**	**100**	**70 912 316**	**100**	**38 617 548**	**100**	**1 075 808 771**	**100**
Revenus d'exploitation provenant des produits ou services	..	82**	61 034 568	86	34 611 470	90	..	82**
Subventions, crédits d'impôt et octrois des gouvernements	..	12**	9 261 790*	13	3 288 953	9	..	13**
Autres revenus	..	6**	615 958**	1**	717 125**	2*	..	6**
Portion des revenus totaux provenant d'activités liées à la production de produits multimédias	839 182 878	87	66 417 254	94	28 693 299	74	**934 293 431**	**87**
Revenus moyens par établissement								
Revenus totaux	2 090 056	...	1 134 507	...	233 395	...	**1 558 495**	...
Portion des revenus totaux provenant de produits ou services liés à la production multimédia	1 815 148	...	1 062 591	...	173 415	...	**1 353 485**	...
Revenus médians par établissement								
Revenus totaux	118 186	...	169 686	...	60 140	...	**107 739**	...
Portion des revenus totaux provenant de produits ou services liés à la production multimédia	98 513	...	134 087	...	45 383	...	**88 359**	...

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent. De la même manière, si on recalculait une moyenne à partir des deux chiffres estimés qui la composent, le résultat pourrait différer légèrement de la moyenne figurant dans le tableau.
2. Région métropolitaine de recensement.

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable ; interpréter avec prudence.

** Estimation statistique d'une faible précision ; fournie à titre indicatif seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008.*

Des revenus plus élevés que l'année précédente

Pour une majorité d'établissements (61 %), les « revenus provenant des produits multimédias » en 2008 ont été supérieurs à ceux de l'exercice précédent, mais 20 % des établissements ont tout de même vu leur revenu diminuer. Ce portrait varie selon qu'on considère la taille du revenu des établissements. La moitié (46 %) des établissements de petite taille ont déclaré avoir eu, en 2008, des revenus plus élevés que lors de leur exercice financier précédent. Cette proportion passe aux deux tiers (69 %), si l'on considère les établissements de grande taille. Par ailleurs, 75 % des établissements ont déclaré avoir des revenus plus élevés qu'à l'exercice précédent dans la RMR de Québec, 60 % dans la RMR de Montréal et 56 % ailleurs au Québec. Il est remarquable que la proportion des établissements ayant des revenus stables soit similaire à celle des établissements déclarant des revenus inférieurs à l'année précédente (tableau 5).

Tableau 5

Comparaison des revenus provenant du multimédia avec ceux de l'exercice précédent, selon la taille du revenu des établissements et la région, Québec, 2007-2008[1]

	Établissements de moins de 50 000 $	Établissements de 50 000 $ à 999 999 $	Établissements de 1 M $ et plus	Établissements de la RMR[2] de Montréal	Établissements de la RMR[2] de Québec	Établissements d'ailleurs au Québec	**Ensemble des établissements**
				%			
Tous les établissements admissibles à la question	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Établissements avec des revenus provenant du multimédia supérieurs à l'exercice précédent	46	69	69	60	75	56	**61**
Établissements avec des revenus provenant du multimédia équivalents à ceux de l'exercice précédent	27	16	13	20	11*	20	**19**
Établissements avec des revenus provenant du multimédia inférieurs à l'exercice précédent	27	16	18	19	13	24	**20**

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent.
2. Région métropolitaine de recensement.

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : interpréter avec prudence.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008.*

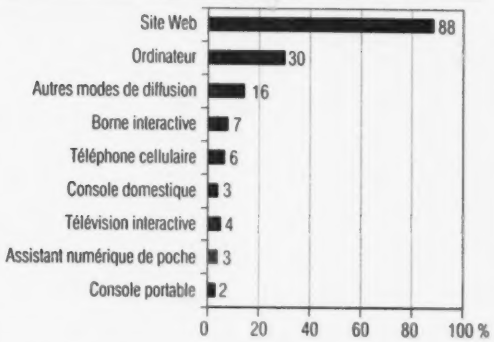
Revenus provenant d'activités liées à la production multimédia

À partir de ce point, l'analyse se concentre sur la portion des revenus des établissements qui proviennent d'activités liées à la production multimédia.

Le site Web : principal support des produits multimédias

Une forte majorité d'établissements (88 %) ont des revenus multimédias provenant de la création de sites Web ou de la production de contenus pour ceux-ci (figure 6). À l'opposé, peu d'établissements ont des revenus tirés de la production d'œuvres pour la console portable (2 %), l'assistant numérique de poche (3 %) et la télévision interactive (4 %). Si 3 % des établissements ont déclaré avoir des revenus provenant de la console domestique, il semble que celle-ci génère une part importante (autour de 25 %) des revenus de production multimédia (tableau 6).

Figure 6
Part des établissements spécialisés en production multimédia ayant des revenus provenant de divers supports multimédias, Québec, 2007-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

Tableau 6
Répartition des revenus selon différents supports multimédias, chez les établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2007-2008

	Établissements ayant des revenus provenant de ce support[1]		Revenus
	n	%	%
Ordinateur	129	30	16**
Console domestique	16	3	25**
Console portable	12	2	5**
Borne interactive	29	7	1**
Télévision interactive	18	4	2**
Téléphone cellulaire	30	6	4**
Assistant numérique de poche (PDA)	13	3	—**
Site Internet (inclut les jeux en ligne)	379	88	39**
Autres modes de diffusion	72	16	7**
Total	...	...	**100**

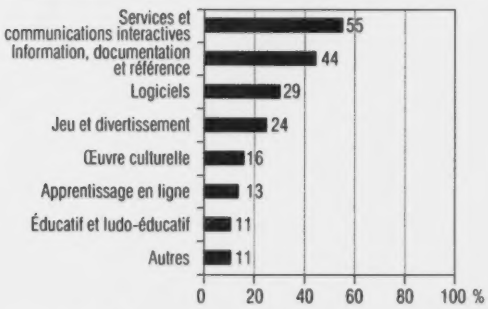
1. Un établissement peut avoir des revenus de plusieurs types de supports à la fois.
** Estimation statistique d'une faible précision : fournie à titre indicatif seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

Création de site Web : le produit le plus répandu

Dans l'enquête, il a été demandé aux établissements de répartir leurs revenus en multimédia selon les différents types de produits. Les produits et services procurant des revenus au plus grand nombre d'établissements sont les services en communication interactive (55 %), comme la création de sites Internet à des fins institutionnelles ou corporatives. Les produits d'information, de documentation et de référence (44 %), comme les encyclopédies, les dictionnaires ou les archives sur CD ou en ligne, viennent au deuxième rang (figure 7). À l'autre bout, une minorité d'établissements ont déclaré avoir des revenus provenant de produits éducatif et ludo-éducatif (11 %), soit des produits multimédias à caractère pédagogique combinant divertissement et enseignement, ou de jeux vidéo (8 %). Cependant, malgré le faible nombre d'établissements qui se consacrent aux jeux vidéo, les données indiquent que ces derniers génèrent une forte proportion des revenus (autour de 40 %) (tableau 7).

Figure 7
Part des établissements spécialisés en production multimédia ayant des revenus provenant de divers produits multimédias, Québec, 2007-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

Des revenus en provenance de l'extérieur du Québec

En 2008, deux tiers des revenus générés par la production multimédia proviennent de l'extérieur du Québec. Cependant, les établissements de taille moyenne ou petite et ceux installés en dehors des RMR de Québec et Montréal recueillent la moitié de leurs revenus sur le marché québécois (tableau 8).

Les entreprises, principale clientèle des établissements

Au cours de l'enquête, il a été demandé aux établissements de répartir leurs revenus liés aux produits multimédias selon le type de clientèle. Les estimations produites indiquent que la clientèle est composée principalement d'entreprises. Cette clientèle génère les deux tiers des revenus de production multimédia. Les établissements de la RMR de Québec se distinguent, car la moitié (44 %) de leurs revenus liés aux produits multimédias proviennent de la clientèle grand public (tableau 9).

Tableau 7

Répartition des revenus selon différents produits multimédias[1], chez les établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2007-2008

	Établissements ayant des revenus provenant de ce produit[2]		Revenus
	n	%	%
Jeu vidéo	40	8	42**
Divertissement (autre que jeu vidéo)	65	15	4**
Éducatif et ludo-éducatif	51	11	1**
Œuvre culturelle (arts et culture)	69	16	1**
Apprentissage en ligne (jeu sérieux)	61	13	2**
Services et communications interactives	237	55	19**
Information, documentation et référence	186	44	4**
Logiciels (logiciel outil, intergiciel, application, etc.)	130	29	23**
Autres	50	11	3**
Total	...	...	**100**

1. La liste de produits multimédias présentée ici n'est pas exhaustive. D'autres types de produits multimédias pourrait avoir généré des revenus.
2. Un établissement peut avoir des revenus de plusieurs types de produits à la fois.

** Estimation statistique d'une faible précision : fournie à titre indicatif seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec. Observatoire de la culture et des communications du Québec. *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008.*

Tableau 8

Répartition des revenus en multimédia provenant de différents marchés selon la taille du revenu des établissements et la région, Québec, 2007-2008[1]

Provenance des revenus	Établissements de moins de 50 000 $	Établissements de 50 000 $ à 999 999 $	Établissements de 1 M $ et plus	Établissements de la RMR[2] de Montréal	Établissements de la RMR[2] de Québec	Établissements d'ailleurs au Québec	**Ensemble des établissements**
				%			
Marché québecois	91	79	33**	35**	39	90	**37****
Marché canadien (hors Québec)	4	8	12**	12**	3	7*	**11****
Marché des États-Unis	4*	8	18**	17**	34*	1*	**17****
Marché européen	1*	3*	30**	30**	2*	3*	**27****
Marché asiatique	—**	1**	2**	2**	x	x	**2****
Autres marchés	—**	—*	6**	5**	x	x	**6****
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent.
2. Région métropolitaine de recensement.

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : interpréter avec prudence.

** Estimation statistique d'une faible précision : fournie à titre indicatif seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008.*

Tableau 9

Répartition des revenus en multimédia provenant de diverses clientèles selon la taille du revenu des établissements et la région, Québec, 2007-2008[1]

Source des revenus	Établissements de moins de 50 000 $	Établissements de 50 000 $ à 999 999 $	Établissements de 1 M $ et plus	Établissements de la RMR[2] de Montréal	Établissements de la RMR[2] de Québec	Établissements d'ailleurs au Québec	**Ensemble des établissements**
				%			
Clientèle grand public	18	16	26**	24**	44*	16	**25****
Clientèle des entreprises	70	66	64**	66**	46*	65	**64****
Clientèle institutionnelle et gouvernementale	10	16	6**	6**	x	x	**7****
Autre clientèle	2*	2*	4**	4**	x	x	**4****
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent.
2. Région métropolitaine de recensement.

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : interpréter avec prudence.

** Estimation statistique d'une faible précision : fournie à titre indicatif seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008.*

Des dépenses destinées principalement à la production multimédia

Les dépenses moyenne par établissement se situent à 1,5 M$ passant de 17 800 $ pour les établissements de petite taille à 7,9 M$ pour les grands établissements. Le multimédia étant principalement une industrie de services, la rémunération occupe les deux tiers des dépenses des établissements spécialisés en production multimédia. La proportion des dépenses totales destinées à la production multimédia par les établissements se situe à 81 %. Ce pourcentage est plus faible pour les établissements de petite taille (76 %) et ceux établis à l'extérieur des RMR de Montréal et de Québec (74 %) (tableau 10).

Tableau 10

Dépenses des établissements spécialisés en production multimédia, selon la taille du revenu et la région, Québec, 2007-2008[1]

	Établissements de moins de 50 000 $	Établissements de 50 000 $ à 999 999 $	Établissements de 1 M $ et plus	Établissements de la RMR[2] de Montréal	Établissements de la RMR[2] de Québec	Établissements d'ailleurs au Québec	Ensemble des établissements	
				%				
Dépenses totales	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**1 010 955 986**	**100**
Rémunération[3]	30	63	63 **	62	71	60	..	**63 ** **
Matières premières, équipements et fournitures	14	6	3 **	3	3	11	..	**3 ** **
Achats de services	42	22	24 **	24	21	23	..	**24 ** **
Sous-traitance et services professionels	9	8	6 **	6	11 *	6	..	**7 ** **
Frais de téléphone et de télécommunication	7	2	1 **	1	1	3	..	**1 ** **
Paiement de droits relatifs à des licenses	1	1 *	2 **	2 *	1	1	..	**2 ** **
Autres achats de services	24	12	15 **	15	9	13	..	**15 ** **
Autres dépenses	14 *	9	10 **	10	5	6	..	**10 ** **
Portion des dépenses totales affectée à la production multimédia	76	82	80	81	75	74	**813 566 289**	**81**
Dépenses moyennes par établissement	..	..	..	..	..	..	**1 464 544**	**...**

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent. De la même manière, si on recalculait une moyenne à partir des deux chiffres estimés qui la composent, le résultat pourrait différer légèrement de la moyenne figurant dans le tableau.
2. Région métropolitaine de recensement.
3. Incluant salaires, traitements, avantages sociaux et sommes versées aux pigistes.

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : interpréter avec prudence.

** Estimation statistique d'une faible précision, fournie à titre indicatif seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

R-D: des investissement de 93 millions de dollars

En 2008, le tiers (38 %) des établissements spécialisés en production multimédia ont déclaré faire des investissements pour mener des activités de recherche et développement dans ce domaine. Les dépenses de R-D de tous ces établissements sont évaluées à 93,0 millions de dollars, soit 9 % de leurs dépenses totales. Ce sont les établissements de grande taille qui sont les plus nombreux en proportion (81 %) à dépenser en R-D, mais ce sont les établissements de taille moyenne qui y consacre la plus forte proportion de leurs dépenses (17 %) (tableau 11).

Tableau 11

Dépenses en recherche et développement (R-D) dans les établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2007-2008

	Proportion des établissements ayant des dépenses de R-D en multimédia	Dépenses de R-D en multimédia	Proportion des dépenses totales consacrée à la R-D en multimédia
	%	$	%
Ensemble des établissements	**38**	**93 035 292**	**9**
Établissements ayant un revenu total inférieur à 50 000 $	14	180 302	4
Établissements ayant un revenu total de 50 000 $ à 999 999 $	42	15 329 128 *	17
Établissements ayant un revenu total de 1 000 000 $ et plus	81	79 599 230 *	9
Établissements de la RMR[1] de Montréal	40	87 994 198	10
Établissements de la RMR[1] de Québec	42	4 070 030 *	5 *
Établissements ailleurs au Québec	31	3 044 433	9

1. Région métropolitaine de recensement.

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : interpréter avec prudence.

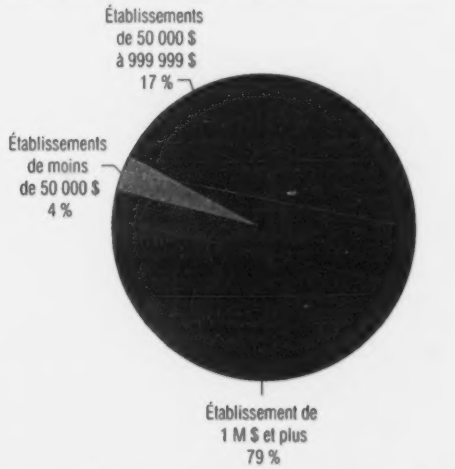
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

L'employé type : un homme entre 18 et 34 ans

En 2008, le nombre total de travailleurs pour l'ensemble des établissements spécialisés en production multimédia est estimé à environ 13 200. De ce nombre, 85 % des employés ont des tâches principales qui sont liées à la production multimédia. La répartition des travailleurs selon différentes catégories est la suivante : 79 % sont des salariés à temps plein, 5 % des salariés à temps partiel, 12 % des pigistes et 3 % des propriétaires actifs. Le nombre moyen d'employés par établissement est de 19 (tableau 12).

La répartition des employés selon le type de contrat de travail varie considérablement selon la taille de l'établissement. Les établissements de grande taille comptent majoritairement des salariés (93,0 %) alors qu'à l'autre extrême, ceux de petite taille comptent un fort pourcentage de propriétaires actifs (46 %) et de pigistes (43 %) (tableau 13). Les établissements de grande taille comptent 79 % de l'ensemble des employés œuvrant dans la multimédia (figure 8). La très grande majorité des employés sont des hommes (77 %) et sont âgés de 18 à 34 ans (68 %) (tableau 14).

Figure 8
Répartition du nombre d'employés au sein des établissements spécialisés en production multimédia selon la taille du revenu, Québec, 2007-2008



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

Tableau 12

Répartition de l'emploi au sein des établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2007-2008[1]

	Tous les employés		Employés dont le tâches principales sont liées à la production multimédia	
	n	%	n	%
Nombre total d'employés	**13 177**	**100**	**11 173**	**100**
Salariés à temps plein	10 447	79	8 664	78
Salariés à temps partiel	709 *	5 *	651 *	6 *
Pigistes	1 618	12	1 507	13
Propriétaires actifs	408	3	351	3
Nombre moyen d'employés par établissement	**19**	...	**16**	...
Salariés à temps plein	15	...	13	...
Salariés à temps partiel	1 *	...	1 *	...
Pigistes	2	...	2	...
Propriétaires actifs	1	...	1	...

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que, dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent. De la même manière, si on recalculait une moyenne à partir des deux chiffres estimés qui la composent, le résultat pourrait différer légèrement de la moyenne figurant dasn le tableau.

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : interpréter avec prudence.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

Tableau 13

Répartition de l'emploi au sein des établissements specialisés en production multimedia, selon la taille du revenu et la région, Québec, 2007-2008[1]

	Unité	Établisse-ments de moins de 50 000 $	Établisse-ments de 50 000 $ à 999 999 $	Établisse-ments de 1 M $ et plus	Établisse-ments de la RMR[2] de Montréal	Établisse-ments de la RMR[2] de Québec	Établisse-ments d'ailleurs au Québec
Ensemble des employés	**%**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**
Salariés	%	10	66	93	90	61	66
Salariés à temps plein	%	6	62	87	84	59	61
Salariés à temps partiel	%	4*	4	6*	6*	1*	4*
Pigistes	%	43	29	7*	8	37*	19
Propriétaires actifs	%	46	6	—*	2	2*	15
Nombre total d'employés	**n**	**560**	**2 304**	**10 313**	**10 791**	**1 501**	**886**
Nombre moyen d'employés par établissements	**n**	**2**	**7**	**89**	**23**	**24**	**5**

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les valeurs présentées ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des chiffres estimés qui les composent. De la même manière, si on recalculait une moyenne à partir des deux chiffres estimés qui la composent, le résultat pourrait différer légèrement de la moyenne figurant dans le tableau.
2. Région métropolitaine de recensement.

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : interpréter avec prudence.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

Tableau 14

Répartition des employés au sein des établissements spécialisés en production multimédia selon le sexe et l'âge, Québec, 2007-2008

	Unité	Tous les employés	Employés dont les tâches principales sont liées à la production de produits multimédias
Sexe			
Femmes	%	23	20
Hommes	%	77	80
Âge			
Moins de 18 ans	%	—*	—*
18-24 ans	%	13	14
25-34 ans	%	55	57
35-44 ans	%	25	23
45-64 ans	%	7	6
65 ans et plus	%	—*	—**
Total	**%**	**100**	**100**

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : interpréter avec prudence.

** Estimation statistique d'une faible précision : fournie à titre indicatif seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

Mode de gestion de l'effectif

Les établissements spécialisés en production multimédia ont fait l'objet d'une enquête de l'Observatoire, et ce, sur la manière dont ils gèrent leurs ressources humaines afin de savoir si la gestion de l'effectif par projet était un modèle répandu ou en voie de le devenir. Les données montrent que le deux tiers des établissements (67 %) utilisent un bassin d'employés réguliers qu'ils affectent à différents projets, alors que l'autre tiers des établissements (34 %) privilégie l'embauche d'employés en fonction de leurs compétences particulières spécifiquement pour un projet auquel ils seront affectés en exclusivité et uniquement pour la durée de celui-ci.

Propriété intellectuelle des créations multimédias

La moitié des établissements (52 %) ont déclaré que la propriété intellectuelle des créations multimédias qu'ils produisaient leur appartenait (ou à l'entreprise qui possède cet établissement) et une faible portion à un éditeur externe (7 %). Le quart des répondants (23 %) ont répondu que la propriété intellectuelle des créations multimédias n'appartenaient ni à l'établissement, ni à l'éditeur, mais à une autre entité, qui, dans la très grande majorité des cas, selon les précisions obtenues, était le client. La très forte majorité des établissements (93 %) ont signifié que le titulaire des droits de propriété intellectuelle sur les productions multimédias était du Québec (tableau 16).

Tableau 15

Mode de gestion des effectifs des établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2007-2008[1]

	%
Ensemble des établissements éligibles à la question	**100**
Établissements privilégiant des employés réguliers affectés à différents projets successifs	67
Établissements prévoyant adopter la gestion des effectifs par projet	17
Établissements ne prévoyant pas adopter la gestion des effectifs par projet	24
Établissement fonctionnant par projet	26
Établissements privilégiant l'embauche d'employés spécifiquement pour un projet	34

1. Lors des calculs statistiques permettant d'estimer les totaux et proportions présentés ici, les résultats ont été arrondis à l'unité près. C'est ce qui explique que dans le tableau, les totaux peuvent différer de quelques unités par rapport à la somme des valeurs qui le composent.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008.*

Tableau 16

Propriété intellectuelle des créations multimédias des établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2007-2008

	%
Entité détenant la propriété intellectuelle des créations multimédias	
Établissement ou entreprise qui possède cet établissement	52
Éditeur externe	7
En partie à l'établissement et en partie à l'éditeur	19
Autre	23
Total	**100**
Endroit où est établie l'entité détenant la propriété intellectuelle des créations mutimédias	
Au Québec	93
Ailleurs	7
Total	**100**

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008.*

Contribution à l'économie québécoise

Pour conclure notre analyse, un bref examen de la contribution des établissements spécialisés en production multimédia à l'ensemble de l'économie québécoise a été réalisé. Cette contribution est mesurée sur la base de la valeur ajoutée (ou « produit intérieur brut ») et de l'emploi. L'expression « valeur ajoutée » décrit la valeur nette de la production d'une industrie. Cette valeur ajoutée correspond à la différence entre la valeur des extrants d'une industrie et la valeur des intrants achetés auprès d'autres producteurs de biens et services et utilisés par cette industrie pour produire ses extrants. La valeur ajoutée correspond ainsi à la valeur totale de la rémunération, des bénéfices, ainsi que des cotisations sociales, intérêts, impôts, taxes et amortissements pour tous les établissements d'une industrie. En 2008, la valeur ajoutée des établissements spécialisés en production multimédia atteint 679,8 millions de dollars (tableau 17).

La comparaison de la contribution des établissements à l'étude par rapport aux autres agents économiques peut se faire par la valeur de la production et le nombre de personnes occupées (emploi) dans diverses industries du SCIAN[7,8]. En 2008, la part des établissements spécialisés en multimédia dans le PIB québécois (0,26 %) se compare avantageusement à la part de l'industrie des éditeurs de logiciels (0,25 %), celle du film et de la vidéo (0,31 %), celle de la radiodiffusion et de la télédiffusion (0,30 %) ou celle de la publicité et des services connexes (0,28 %) (tableau 18).

Au niveau de l'emploi, la part des établissements spécialisés en production multimédia est de 0,39 %. En 2008, l'emploi généré par les établissements spécialisés en production multimédia se compare à l'industrie des éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de bases de données (0,38 %), aux industries du film et de la vidéo (0,29 %), au secteur de la radiodiffusion et télédiffusion (0,34 %) et à celui de la publicité et des services connexes (0,34 %).

Tableau 17

Valeur ajoutée des établissements spécialisés en production multimédia, Québec, 2007-2008

	$
Valeur des extrants	**931 636 662 ****
Revenus provenant de la production de biens et services	875 921 712 **
Autres revenus d'exploitation	55 714 951 **
Valeur des intrants	**251 815 880 ****
Achat de matières premières, de composants, d'équipement et de fournitures pour la conception des produits	30 884 761 **
Dépenses pour sous-traitance et pour services professionnels	63 894 387 **
Autres achats de services	157 036 732 **
Valeur ajoutée (valeur des extrants moins valeur des intrants)	**679 820 782 ****

** Estimation statistique d'une faible précision : fournie à titre indicatif seulement.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

7. Le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) est la classification des industries mise au point conjointement par le Canada, les États-Unis et le Mexique, afin de refléter la structure industrielle de l'économie nord-américaine.

8. Dans le tableau 18, les données relatives aux différentes industries listées ne s'additionnent pas entre elles. Premièrement, la valeur ajoutée et l'emploi des établissements spécialisés en production multimédia sont déjà comptabilisés à l'intérieur de diverses industries du SCIAN, dont certaines figurent dans le tableau. Deuxièmement, les différentes industries apparaissant dans le tableau ne représentent pas l'ensemble de l'économie québécoise. Troisièmement, les secteurs du SCIAN marqués dans le tableau par un code à deux chiffres englobent des sous-secteurs (code à trois chiffres), lesquels englobent des groupes (code à quatre chiffres), qui eux englobent des classes (code à cinq chiffres). Conséquemment, la somme des différentes parties listées ne correspond pas au total de l'ensemble.

Tableau 18

Contribution de diverses industries à l'économie, Québec, 2008

Code SCIAN 2007	Industrie	Valeur ajoutée[1,2] M$	%	Emploi[3] k	%
...	Établissements spécialisés en production multimédia[4]	679,8	0,26	13,2	0,39
51	**Industrie de l'information et industrie culturelle**	**10 093,8**	**3,83**	**65,4**	**1,93**
5111	Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de bases de données	1 445,4	0,55	12,8	0,38
5112	Éditeurs de logiciels	649,5	0,25	7,5	0,22
5121	Industries du film et de la vidéo	806,3	0,31	9,7	0,29
51211	Production de films et de vidéos				
51212	Distribution de films et de vidéos	732,3	0,28	..	..
51219	Postproduction et autres industries du film et de la vidéo				
51213	Présentation de films et de vidéos	73,9	0,03	..	..
5122	Industries de l'enregistrement sonore	53,7	0,02	0,5	0,02
5151	Radiodiffusion et télédiffusion	796,9	0,30	11,4	0,34
5152	Télévision payante et spécialisée	181,3	0,07	1,0	0,03
54	**Services professionnels, scientifiques et techniques**	**11 683,1**	**4,43**	**162,4**	**4,81**
5415	Conception de systèmes informatiques et services connexes	3 146,4	1,19	33,5	0,99
5418	Publicité, relations publiques et services connexes	736,7	0,28	11,3	0,34
71	**Arts, spectacles et loisirs**	**2 814,4**	**1,07**	**54,8**	**1,62**
711	Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes	1 358,1	0,52	12,7	0,38
712	Établissements du patrimoine	182,4	0,07	5,1	0,15
...	**Ensemble des industries[5]**	**263 433,1**	**100,00**	**3 378,9**	**100,00**

1. Il s'agit de la valeur ajoutée en dollars courants au prix de base. L'évaluation du revenu net est défini comme le revenu reçu par les producteurs pour la production ou la vente des produits moins les impôts à payer plus les subventions à recevoir sur ces produits.
2. Les données utilisées pour calculer la valeur ajoutée par industrie sont celles de 2006. En conséquence, il y a une légère surestimation du poids des établissements spécialisés en production multimédia dans l'économie québécoise.
3. Le nombre d'emplois salariés est calculé à partir du nombre total de salariés inscrits sur les listes de paye des entreprises. Les travailleurs autonomes, les travailleurs en congé non payé ainsi que les travailleurs dans les domaines de l'agriculture, la pêche et le piégeage ainsi que les organismes religieux sont exclus.
4. Les établissements spécialisés en production multimédia ne font pas l'objet d'un groupe ou d'une classe particulière du SCIAN ; ils sont plutôt disséminés dans diverses industries du SCIAN. La valeur ajoutée et l'emploi de ces établissements sont donc déjà comptabilisés à l'intérieur de ces diverses industries du SCIAN, dont certaines figurent dans le tableau. Conséquemment, les données relatives aux établissements spécialisés en production multimédia ne s'additionnent pas aux données des autres industries figurant dans le tableau.
5. Le regroupement « Ensemble des industries » comprend tous les secteurs industriels, sauf ceux dont les activités relèvent des secteurs de l'agriculture, de la pêche et du piégeage, des services domestiques aux ménages privés, des organismes religieux et du personnel militaire des services de la défense.

Sources : Institut de la statistique du Québec, *Le produit intérieur brut au Québec par industrie*.
Statistique Canada, Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail (EERH).
Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, *Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008*.

Portrait des répondants de 2003-2004, quatre ans plus tard

Un des objectifs de cette deuxième édition de l'*Enquête sur le profil des établissements spécialisés en multimédia* était de comparer les résultats obtenus pour la période 2007-2008, avec ceux de la première enquête qui portait sur la période 2003-2004. Malheureusement, comme les populations des deux enquêtes se sont révélées trop différentes, il n'a pas été possible de faire une comparaison systématique des résultats.

Comme alternative, nous avons plutôt décidé d'isoler les établissements qui ont répondu aux deux enquêtes, soit une centaine d'établissements spécialisés en production multimédia, et de voir, pour ce groupe bien défini, comment le revenu, les dépenses et l'emploi ont évolué en quatre ans.

Entre 2003-2004 et 2007-2008, le total des revenus de la centaine d'établissements a progressé de 174 % alors que les dépenses de ces établissements ont augmenté de 171 %. Si l'on prend seulement les revenus en production multimédia, la croissance des établissements se situe à 195 %. Le nombre total d'employés œuvrant pour ces établissements a augmenté de 129 % durant cette même période.

Mise en garde: Les résultats présentés dans cet encadré ne portent que sur la centaine d'établissements ayant répondu à la fois à l'enquête 2003-2004 et à l'enquête 2007-2008. Il ne faut donc pas utiliser les taux de croissance présentés ici pour tenter d'estimer la croissance de l'ensemble de l'industrie de la production multimédia

Merci aux établissements participants

L'*Enquête sur le profil des établissements spécialisés en production multimédia, 2007-2008* n'aurait pu être menée sans la collaboration des établissements sollicités à titre de répondants. L'Observatoire de la culture et des communications du Québec les remercie chaleureusement d'avoir consacré du temps pour répondre au questionnaire d'enquête.

Notice suggérée pour mentionner cet article dans une bibliographie ou en reproduire un extrait :

FORTIER, Claude (2010). « Profil des établissements spécialisés en production multimédia en 2007-2008 au Québec », *Statistiques en bref*, Nº 60, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, Juin, 24 p. [en ligne :] www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

GLOSSAIRE

Apprentissage en ligne (*e-learning*)

Mode d'apprentissage basé sur l'utilisation des nouvelles technologies, permettant l'accès à des formations en ligne, interactives et parfois personnalisées, diffusées par l'intermédiaire d'Internet, d'un intranet, d'un extranet ou d'un autre média électronique, afin de développer des compétences tout en rendant le processus d'apprentissage indépendant de l'heure et de l'endroit.

Éducatif et ludo-éducatif

Ensemble des produits multimédias à caractère pédagogique combinant divertissement et enseignement. On retrouvera par exemple dans cette catégorie un CD qui propose aux enfants d'apprendre à compter en s'amusant.

Information, documentation et référence

Ensemble des produits multimédias dont le contenu est informatif ou documentaire et qui ont généralement une certaine pérennité. Les encyclopédies et dictionnaires, les index et les archives sur CD ou en ligne, de même que les sites Internet sur la santé, sont des exemples de ce type de produit.

Jeu vidéo

Jeu prenant la forme d'un produit multimédia interactif contenant des images vidéo ou de synthèse animées, qui peut fonctionner sur un ordinateur, en ligne ou non, une console de jeu, portable ou non, ou toute autre plateforme (téléphone par exemple) et dans lequel le joueur peut influencer l'action qui se déroule à l'écran à l'aide d'un clavier, d'une souris ou d'une manette de jeu.

Logiciel

Ensemble de programmes donnant accès à un environnement multimédia (texte, son, image fixe, image animée) et autorisant un degré plus ou moins élevé d'interactivité entre l'utilisateur et l'environnement. L'interactivité réfère aux possibilités de navigation, d'hypernavigation (hyperliens), de recherche d'information (libre ou guidée) et d'aide en ligne.

Œuvre culturelle

Produit multimédia qui, par son contenu ou à cause du sujet dont il traite, est lié au domaine des arts. Exemples d'œuvres culturelles : un DVD-ROM portant sur un peintre ou encore une œuvre d'art interactive conçue pour Internet.

RMR

Territoire formé d'une ou de plusieurs municipalités voisines les unes des autres qui sont situées autour d'un grand noyau urbain. Une région métropolitaine de recensement doit avoir une population d'au moins 100 000 habitants et le noyau urbain doit compter au moins 50 000 habitants.

Services et communications interactives

Services d'affaires comme la création de sites Internet, de bornes interactives ou de CD à des fins institutionnelles ou corporatives, ou encore comme l'offre de solutions pour affaires électroniques.

Numéros déjà parus*

59		
58		
57	Bond de 52 % de l'assistance aux films québécois en 2009	Février 2010
56		
55		
54		
53		
52		
51		
50		
49		
48		
47		
46		
45		
44		
43		
42		
41		
40		
39		
38		
37		
36		
35		
34	L'assistance aux films québécois diminue en 2007	Février 2008
33		
32		

Numéros antérieurs disponibles à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

Institut de la statistique du Québec

Téléphone : 418 691-2414

© Gouvernement du Québec, Institut de la statistique du Québec, 2003

Institut de la statistique Québec